

**MADE TO TRADE.**

**Qualitätssicherungskonzepte entlang der Prozesskette zur Absicherung der Rohstoffqualität auf dem globalen Markt.**

Nina-Alexandra von Radowitz: 19. November 2013 | © METRO AG Jahr



**METRO GROUP: Internationale Präsenz in 2012.**



746 Märkte  
in 29 Ländern.



404 Märkte  
in 5 Ländern.



redcoon  
944 Märkte  
in 15 Ländern.



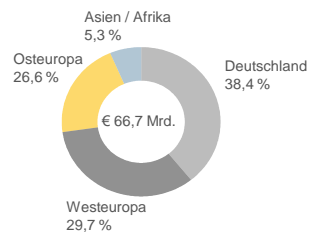
137 Märkte  
in 2 Ländern.



In 30 Ländern.



Umsatz nach Region 2012:



**2,231 Standorte in 32 Ländern.**

Status: Juni 2013.

## METRO GROUP Nachhaltigkeitsvision.

**METRO GROUP**

### WIR BIETEN LEBENSQUALITÄT

#### FÜR UNSERE KUNDEN

indem wir sie unter fortlaufender Verbesserung unserer Prozesse weltweit vor Ort mit sicheren Qualitätsprodukten versorgen. Und mit Gütern, die sozial verantwortlich sowie umwelt- und ressourcenschonend erzeugt, verarbeitet und verwertet werden. So sichern wir unsere Zukunft.

#### FÜR UNSERE MITARBEITER

indem wir sie jederzeit respektieren, schützen, fördern und vertrauensvolle Beziehungen zu ihnen aufbauen. So gestalten wir ein attraktives Arbeitsumfeld.

#### FÜR ALLE MENSCHEN, DIE FÜR UNS ARBEITEN

indem wir unser Geschäft gerecht und verantwortungsbewusst betreiben und für faire Lebens- und Arbeitsbedingungen sorgen. So leben wir Verantwortung in der Lieferkette.

#### FÜR DIE GESELLSCHAFT

indem wir die Umwelt schonen, natürliche Ressourcen bewahren und unsere Klimawirkung minimieren. So helfen wir, die Grundlagen für den Handel von morgen zu sichern.

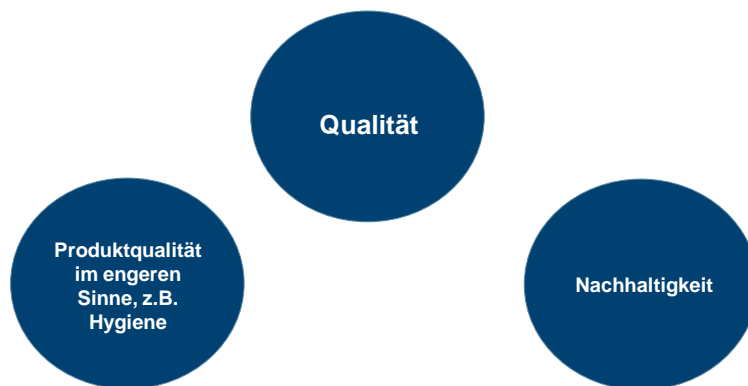
## Globale Herausforderungen.



## METRO GROUP Nachhaltigkeitsrat.



## Produktqualität im engeren Sinne und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand.



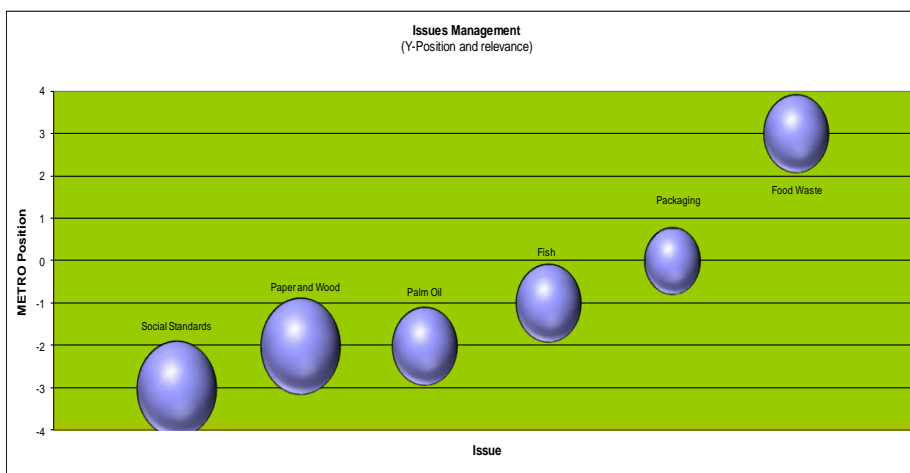
Ein Ziel:

**Sicherstellung von qualitativ sicheren und hochwertigen, im Sinne von nachhaltigen Produkten sowie Prozessen in der Lieferkette. Wertschätzung setzt Werte voraus.**

## Qualitätssicherungskonzept entlang der Prozesskette – der Prozess

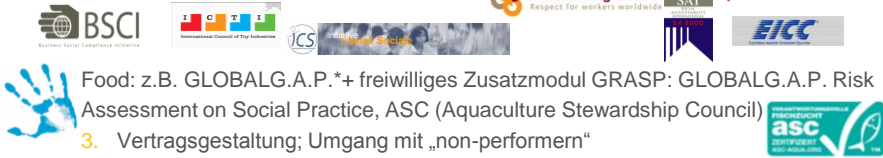
- Aufbau eines Managementsystems für die Lieferkette, unabhängig vom „Inhalt“ (z.B. Produktgruppe)
- Vorbild: UN Guiding Principles on Human Rights
- Code of Conduct (nach innen und nach außen)
- Informieren, Monitoren, „Mitnehmen“, Kontrollieren, Sanktionieren und Dokumentieren
- Messbarkeit, Informationsmehrwert für Unternehmensentscheidungen nutzbar machen
- Stakeholderdialog
- IT-gestützt ➔ Herausforderung Vernetzung bestehender Systeme und Informationen, Einbindung eigenes Unternehmen und Lieferkette

## Qualitätssicherungskonzept entlang der Prozesskette – die Themen



## Qualitätssicherungskonzept entlang der Prozesskette – am Beispiel Sozialstandards

1. Analyse der Lieferanten-/Produzentenstrukturen/-wege
2. Benchmark vergleichbarer Standards



3. Vertragsgestaltung; Umgang mit „non-performern“
4. Weiterbildungsmaßnahmen
  1. Vorbereitungsworkshops / Expertenworkshops durch BSCI
  2. TÜV Rheinland Trainings zu Arbeitsplatzsicherheit, konkret Feuerschutz und Gesundheit am Arbeitsplatz, Indien und China
  3. ILO SCORE Pilot, China

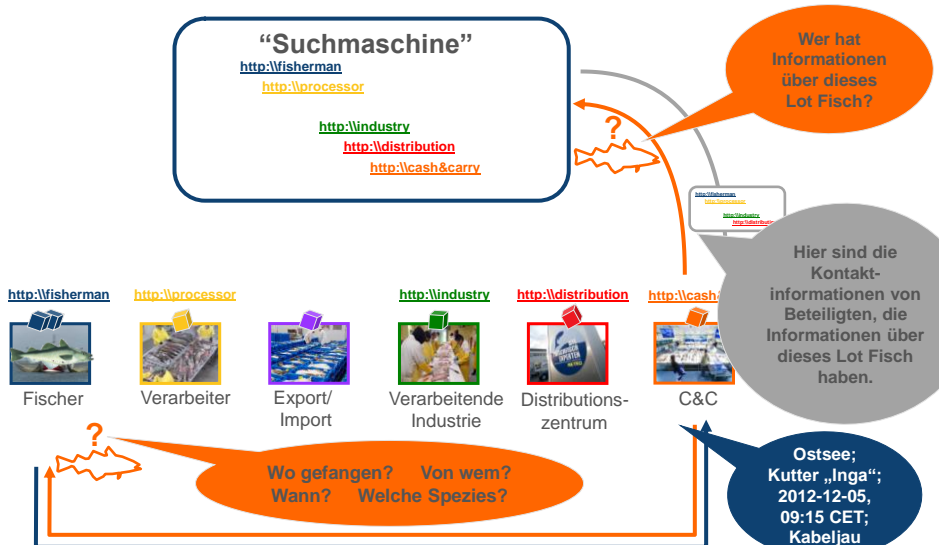
### Sustaining Competitive and Responsible Enterprises

- Nachhaltig wettbewerbsfähige und verantwortungsvolle Unternehmen
  - Training und firmeninternes Beratungsprogramm
  - Zur Verbesserung der Produktivität und Arbeitsbedingungen in KMUs

## Qualitätssicherungskonzept entlang der Prozesskette – am Beispiel Einkaufspolitik

1. Erarbeitung globaler nachhaltiger Einkaufspolitik als Rahmenwerk
2. Warengruppen-spezifische Einkaufspolitik
  1. Fisch
  2. Palmöl
  3. Holz und Papier
  4. Verpackung

## Rückverfolgbarkeit 2.0 Lieferketten-Szenario von morgen – dezentrale Lösung.



## Rückverfolgbarkeit 2.0 – Vorteile

- Keine Redundanz von Informationen entlang der Lieferkette.
- Kein „Datenberg“ am Ende der Kette.
- Keine Übertragungsfehler.
- Standardbasiert.
- Hohe Datenqualität am Ende der Kette.
- Keine Verluste, wenn die Kette unterbrochen wird.
- Kosteneinsparung, durch Vermeidung redundanter Daten.



### Gesetze

- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben
- Schutz vor illegaler Beschaffung
- Schutz gegen Betrug
- Einfache Übertragbarkeit auf andere Warengruppen (Fleisch, Holz, Spielzeug)
- Einfacher Zugang zu Herkunftsinformationen



### Prozesse

- Daten liegen in digitaler Form vor
- Warengruppen übergreifend
- Keine Archivierung von großen Datenmengen
- Geringer betrieblicher Aufwand
- Ansatz basiert auf bereits existierenden und genutzten Barcodes



### Marketing

- Zusätzliche Informationen für den Kunden
- System erlaubt die direkte Datenweitergabe vom Produzent zum Kunden (selbst wenn die Kette noch nicht alle Informationen weitergibt)
- State-of-the-art Kundenkommunikation via App & Internet

## Notwendigkeit des ganzheitlichen Blickwinkels



## Entwicklungs- und Kooperationspartnerschaften.

### Lieferantenentwicklungsprogramme mit dem Ziel, den Lieferanten / Produzenten „mitzunehmen“

- Kooperation mit diversen öffentlichen sowie privaten Partnern.
- Programminhalte
  - „Technische“ Ausbildung (Hygiene, Kühlkette, Rückverfolgbarkeit, Nachhaltigkeit)
  - Vorbereitungsworkshops, Selbsteinschätzungen
- Ansatz
  - Train-the-trainer
  - Einsatz nationaler Experten: Sprache und lokale Anforderungen
  - Erstbewertung des Lieferanten – Trainingsbedarf identifizieren
  - Training und Coaching-phase.
  - Zweitbewertung des Lieferanten – Entwicklungsanalyse.
- Ergebnisse:
  - Verringerung von Nachernteverlusten.
  - Signifikante Verbesserung im Bereich Lebensmittelsicherheit (z.B. Ägypten: 45% bessere Einhaltung der Vorgaben).
  - Warenverfügbarkeit und Qualität erhöht, Marktzugang verschafft.



food chain partnership



## Kontakt.

### **METRO GROUP**

Nina von Radowitz  
Head of Nachhaltigkeit

Schlüterstraße 1  
40235 Düsseldorf

Tel.: +49 (211) 969-9094

E-Mail: [nina.radowitz@metro.de](mailto:nina.radowitz@metro.de)

Internet: [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de)

